



Internet cieszy się rosnącą popularnością w Polsce i odgrywa coraz większą rolę w procesach zakupowych. Jak podaje Megapanel w 2010 roku aż 18 200 000 Polaków korzystało z sieci a zgodnie z danymi Netpop 82% internautów wykorzystywało go planując zakup samochodu. Jednym z najważniejszych źródeł informacji na temat nowych samochodów są w internecie strony producentów i importerów tych pojazdów. Dlatego badaniu poddano 22 najpopularniejsze strony internetowe firm motoryzacyjnych, działających w Polsce.

Badanie zrealizowane przez studentów Wydziału Elektronicznego Przetwarzania Informacji Uniwersytetu Jagiellońskiego, który kształci specjalistów od marketingu internetowego, webmasterów i projektantów stron www, miało na celu sprawdzenie, czy witryny zaprojektowano w sposób przystępny i intuicyjny oraz czy spełniają one wymagania klientów. Składało się ono z 2 części: jakościowej, gdzie internauci wykonywali szereg zadań na testowanych stronach – na przykład szukali samochodu odpowiadającego ich kryteriom. Druga część badania była analizą ekspercką, opartą na testach zgodności z zasadami użyteczności, które stosuje się projektując strony internetowe. Ocenie poddano funkcje i treści najczęściej poszukiwane i wykorzystywane przez internautów: strony główne, informacje o modelach, konfigurator, umówienie jazdy próbnej czy szukanie dealera. Na podstawie testów i badań powstał ranking najlepszych stron motoryzacyjnych. Najwyższą pozycję w tym zestawieniu zdobyła strona

[www.mitsubishi](http://www.mitsubishi.pl)

hi.pl

otrzymując 52 punkty na 54 możliwe. Najlepiej oceniono menu tej witryny, które uznano za najbardziej czytelne i łatwe w obsłudze, elementy klikalne, czytelność testów, wyszukiwanie dealera, możliwość umówienia jazdy próbnej i obecność w wyszukiwarkach. Według autorów raportu stronę

www.mitsubishi.pl

zaprojektowano w sposób przyjazny użytkownikom, łatwy w obsłudze i bardzo czytelny.

„Internet to obecnie najważniejszy kanał komunikacji z klientami.” – mówi Adam Męciński – Dyrektor Działu Sprzedaży i Marketingu polskiej filii Mitsubishi Motors. „Cieszymy się z najwyższej pozycji w tym rankingu i wysokiej oceny internautów i ekspertów. Dążąc do zdobycia kolejnych zadowolonych klientów, dołożymy wszelkich starań, by utrzymać pozycję lidera w tej najszybciej rozwijającej się dziedzinie, jaką jest marketing internetowy.” – dodał Męciński.